

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Masalah.....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	8
G. Penegasan Istilah .....	9
H. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	

	A. Strategi Pemasaran .....	12
	B. Nilai Sosial .....	26
	C. Lingkungan Ekonomi .....	31
	D. Keputusan Pembelian .....	32
	E. Penelitian Terdahulu .....	35
	F. Kerangka Konseptual .....	41
	G. Hipotesis Penelitian .....	42
<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN</b>	
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	44
	B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian .....	45
	C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran .....	47
	D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	49
	E. Teknik Analisis Data .....	54
<b>BAB IV</b>	<b>: HASIL PENELITIAN</b>	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	62
	B. Karakteristik Responden .....	64
	C. Deskripsi Variabel .....	67
	D. Uji Keabsahan Data .....	73
	E. Uji Asumsi Klasik .....	78
	F. Uji Regresi Linier Berganda .....	80
	G. Uji Hipotesis .....	82
	H. Uji Koefisien Determinasi .....	86
<b>BAB V</b>	<b>: PEMBAHASAN</b>	
	A. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warunk Gacoan Tulungagung .....	88

B. Pengaruh Nilai Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warunk Gacoan Tulungagung .....	94
C. Pengaruh Lingkungan Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warunk Gacoan Tulungagung .....	99
D. Pengaruh Strategi Pemasaran, Nilai Sosial, dan Lingkungan Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warunk Gacoan Tulungagung .....	103
E. Variabel Yang Dominan Berpengaruh Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warunk Gacoan Tulungagung .....	105

## **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	108
B. Saran.....	109

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**